



Uniwersytet WSB  
Merito w Toruniu



## Brand Manager

Numer usługi 2024/07/10/5058/2216621

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📚 Studia podyplomowe

🕒 180 h

📅 16.10.2024 do 31.07.2025

6 000,00 PLN brutto

6 000,00 PLN netto

33,33 PLN brutto/h

33,33 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Studia idealne dla osób, które chcą wzmocnić swoje kompetencje w obszarze marketingu i brandingu.</li><li>• Zajęcia są kierowane zarówno dla kadry menadżerskiej, absolwentów marketingu i zarządzania, jak i dla pracowników działów sprzedaży, public relations i wszystkich, którzy zajmują się komunikacją marketingową.</li><li>• Idealne dla tych, którzy chcą poszerzyć kompetencje o poszukiwane umiejętności zarządzania marką oraz dla pracowników administracji w departamentach komunikacji społecznej.</li></ul>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	15
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	30
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	15-10-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	180
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	art. 163 ust. 1 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 742, z późn. zm.)
<b>Zakres uprawnień</b>	Studia podyplomowe

# Cel

## Cel edukacyjny

Celem studiów jest ugruntowanie i poszerzenie wiedzy z marketingu o zagadnienia związane z najnowszymi trendami w zakresie tworzenia marki i zarządzania nią oraz przekazanie wiedzy i narzędzi do tworzenia marki w oparciu o badania marketingowe, wiedzy z zakresu psychologii poznawczej i konsumenckiej. Ponadto uczestnicy poznają narzędzia pozwalające na rebranding i zarządzanie oparte na mierzalnych wskaźnikach.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uporządkujesz dotychczasową wiedzę z zakresu marketingu i poznasz wszystkie narzędzia potrzebne do tworzenia silnej marki. Uzyskasz wiedzę niezbędną do zarządzania marką firmy i rebrandingu. Uporządkujesz całościową wiedzę z nowoczesnego marketingu. Poznasz możliwości, które daje branding jako część strategii marketingowej firmy, a także - jako specjalista ds. marketingu i menedżer - wzmocnisz kompetencje w obszarze nowoczesnych narzędzi kształtowania marki w sieci.	Testy z wybranych zagadnień programowych	Test teoretyczny
	Egzamin końcowy polegający na obronie projektu	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

### Warunki uznania kompetencji

**Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?**

Świadectwo studiów podyplomowych zawiera program kierunku wraz ze zrealizowanymi godzinami i punktami ECTS. Absolwent uzyskuje zaświadczenie potwierdzające zdobyte efekty kształcenia.

**Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?**

Świadectwo ukończenia studiów podyplomowych jest wydawane na podstawie uzyskania pozytywnej oceny końcowej zgodnie z Regulaminem Studiów Podyplomowych.

Studia kończą się zaliczeniem na ocenę określonym w karcie kierunku.

**Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?**

Świadectwo ukończenia studiów podyplomowych jest potwierdzeniem uzyskania pozytywnego wyniku z egzaminu końcowego.

# Program

## BRAND MANAGER – FILOZOFIA BRANDINGU, PODEJŚCIE BRAND MANAGERÓW I NARZĘDZIA

(28 godz.)

- Brand-driven company – zarządzanie marketingowe w firmach. (16 godz.)
- Brand Value Proposition – warsztat tworzenia propozycji wartości (Value Proposition) (4 godz.)
- Filozofia Love Brand – jak tworzyć marki, które kochają klienci – case studies (4 godz.)
- Ekosystem marki – jak integrować kanały offline i online w działaniach brandingowych (4 godz.)

## KONSUMENT W SIECI – BADANIA, TRENDY, PSYCHOLOGIA

(22 godz.)

- Trendy konsumenckie – obserwacje, badania i wnioski potrzebne do budowania LoveBrand (4 godz.)
- Psychologia zachowań konsumenckich oraz osoby i psychografia w praktyce (10 godz.)
- Ekonomia behawioralna dla Brand Managerów (4 godz.)
- Badania marketingowe (4 godz.)

## INBOUND MARKETING NARZĘDZIE LOVEBRAND

(16 godz.)

- Content marketing – treści w tworzeniu opowieści o LoveBrand i user generated content (8 godz.)
- Warsztat tworzenia treści – copywriting dla Brand Managerów (4 godz.)
- Strategiczne planowanie kampanii Inbound Marketingowych (4 godz.)

## EFEKTYWNOŚĆ I KONTROLA REALIZACJI DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH I BRANDINGOWYCH

(14 godz.)

- Wskaźniki efektywności działań marketingowych i brandingowych (4 godz.)
- Budżet marketingowy i jego kontrola. Współpraca z agencjami eklamowymi/badawczymi/PR (6 godz.)
- Prawo autorskie, zawieranie umów (4 godz.)

## MARKA W SOCIAL MEDIA

(34 godz.)

- Marka w internecie – warsztat tworzenia strategii. Analiza Case Studies i praca nad własnymi markami (4 godz.)
- Social media i komunikacja w mediach społecznościowych – wstęp (6 godz.)
- Narzędzi promocji organicznej i płatnej w social media (4 godz.)
- Branding offline/online (warsztat case studies) (4 godz.)
- Instagram – działania marki (tworzenie treści i strategiczna komunikacja) (8 godz.)
- Youtube – działania marki (tworzenie treści i strategiczna komunikacja) (4 godz.)
- Facebook – działania marki (tworzenie treści i strategiczna komunikacja) (4 godz.)

## ZARZĄDZANIE MARKĄ I PRODUKTEM

(46 godz.)

- Zarządzanie marką – wstęp do działań brandingowych (8 godz.)
- Pozycjonowanie marki jako podstawa działań brandingowych (8 godz.)
- Portfel produktowy – optymalna polityka produktowa marki (8 godz.)
- Portfel marek – zarządzanie portfelem marek (4 godz.)
- Rebranding jako element strategii marketingowej firmy – warsztat (8 godz.)
- Brand Sprint i strategia tworzenia Love Brand od zera (zajęcia warsztatowe – praca na własnej marce) (10 godz.)

## KODY KOMUNIKACJI MARKI

(12 godz.)

- Tworzenie kodów komunikacyjnych marki | zajęcia graficzne (8 godz.)
- Mikro-narracje jako element komunikacji marki w XXI w. (4 godz.)

## PROJEKT

(8 godz.)

- Seminarium projektowe (8 godz.)

## FORMA ZALICZENIA

Testy z wybranych zagadnień programowych

Egzamin końcowy polegający na obronie projektu

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.				

# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	33,33 PLN
Koszt osobogodziny netto	33,33 PLN

# Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

## Piotr Bucki

Zintegrowana komunikacja marketingowa | Strategie w biznesie | Branding i komunikacja wizualna | Inbound Marketing Jest strategiem, researcherem i badaczem trendów oddanym idei copyleft i kulturze remiksu. Doświadczenie i wiedzę zdobywa realizując projekty marketingowe m.in. w Grupie Nokaut, Gdańskim Wydawnictwie Psychologicznym, Wydawnictwie Pedagogicznym OPERON, Travel World Passport, NextData, This Is Paper i wielu innych. Tworzy strategie marketingowe i

komunikacyjne dla krajowych i zagranicznych klientów. Jest certyfikowanym coachem w obszarze Business and Executive Coaching oraz trener kompetencji społecznych.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy studiów podyplomowych otrzymują dodatkowe materiały na zajęciach oraz po, które są zamieszczane na platformie MS Teams.

Podczas zjazdu każdy uczestnik programu otrzymuje komplet materiałów dydaktycznych na platformie MS Teams. Materiały te przygotowują wykładowcy, dostosowując je do specyfiki prowadzonego tematu.

Uczestnicy studiów pracują na platformie MS Teams, to platforma komunikacyjna Uczelni WSB Merito, stworzona w celu ograniczenia formalności oraz ułatwienia przepływu informacji między uczestnikami a uczelnią. Za jej pomocą przez całą dobę i z każdego miejsca na świecie uczestnicy mają dostęp do:

- harmonogramu zajęć,
- materiałów dydaktycznych,
- informacji dotyczących zmian w planach zajęć, ogłoszeń i aktualności.

### Warunki uczestnictwa

Uczestnikiem studiów podyplomowych na Uniwersytecie WSB Merito w Toruniu może zostać każda osoba w wykształceniu wyższym (licencjackim, inżynierskim lub magisterskim). O przyjęciu na studia decyduje kolejność zgłoszeń.

Aby skorzystać z dofinansowania studiów podyplomowych:

1. Podpisać umowę wsparcia z regionalnym partnerem projektu
2. Przesłać formularz zgłoszeniowy za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych. Proszę pamiętać o **wpisaniu ID wsparcia** (nadanego podczas podpisywania umowy) w przeciwnym razie zapis na studia zostanie odrzucony;
3. Następnie samodzielnie dokonać zapisu na studia podyplomowe na uczelni poprzez formularz online: [www.merito.pl/torun-rekrutacja](http://www.merito.pl/torun-rekrutacja)

### Informacje dodatkowe

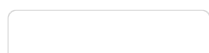
- Szczegółowy harmonogram usługi może ulec zmianie w postaci realizowanych przedmiotów w danym dniu i osób prowadzących. **Zmianie nie ulegają godziny usługi.**
- **Harmonogram zjazdów zostanie upubliczniony na stronach Uczelni**
- **Godziny zajęć podane w harmonogramie są godzinami zegarowymi, zaś ilość godzin programowych jest podana w godzinach dydaktycznych.**

## Warunki techniczne

Techniczne wymagania do zajęć:

- komputer (z wbudowanymi lub podłączonymi głośnikami i mikrofonem),
- dostęp do Internetu,
- słuchawki (opcjonalnie),
- jeśli chcesz aby Cię widziano, możesz użyć kamery umieszczonej w laptopie/komputerze.

## Kontakt



Kinga Kołodziej



**E-mail** [kinga.kolodziej@torun.merito.pl](mailto:kinga.kolodziej@torun.merito.pl)

**Telefon** (+48) 692 816 344